

# The Study of the Consumers' Psychology on the Doll Modality

林康琦、賴瓊琦

E-mail: 9608232@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

ABSTRACT Traditionally, dolls have been regarded as feminine toys. To form doll into a high-priced producing, marketing product, and an exquisite works of art, is one of the ways for promoting the competitiveness of the traditional toy industry in Taiwan. In this study, a topic of the modeling study is processed with questionnaire surveys. And after that, the depth interviews with some subjects who have collection habit are conducted for further understanding the differences of the preference and the cognition in dolls modeling between general the public and the collectors. Specific conclusions by analyzing the questionnaire surveys are made as follows: 1. In aspect of gender difference: males in the fondness level of dolls modeling is close to females. And they do not obviously exclude dolls. But the proportion of males wanting to own a doll is significantly lower than that of females. 2. In aspect of cuteness of dolls: "cuteness" gets more attention in females and low-ages. However, in males and high-ages, "cute" gets less attention. 3. In aspect of the body ratio of dolls: all of people in Taiwan prefer general body ratio than special body ratio. 4. In aspect of the doll's dressing: general consumers prefer a doll worn fashionable dressing than the doll worn special dressing. 5. In aspect of the doll's gender and age: males may feel like more mature dolls, and females may rather accept child-modeling dolls. The subjects below 12-year-old prefer young-modeling than child-modeling. Furthermore, males more accept for male-modeling dolls than females. The aforementioned research for analyzing the felling level of the doll can be as the reference to develop new consumer groups and new products for the toys (dolls) industries. Key Words: Dolls, Toy Designed, Pop Culture.

Keywords : Dolls ; Toy Designed ; Pop Culture

## Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	vi																		
誌謝.....	viii	目錄.....	ix	圖目錄.....	xiii																		
表目.....																							
錄.....	xxiii	第一章 緒論	1.1 研究背景.....	1.2 研究動機.....	3																		
1.3 研究目的.....	4	1.4 研究流程與預期結果.....	5	1.5 解釋名詞.....	7																		
第二章 文獻探討	2.1 玩具產業的範圍與特性.....	9	2.1.1 產業的分類範圍.....	9	2.1.2 產業特性.....	12																	
2.2 國內玩具產業發展沿革.....	13	2.2.1 早期發展.....	13	2.2.2 現今發展.....	14																		
2.2.3 廠商結構.....	15	2.2.4 目前的玩具市場景象.....	17	2.3 洋娃娃是收藏品.....	21																		
2.3.1 收藏者的喜好.....	21	2.3.2 洋娃娃收藏中的珍貴品.....	22	2.3.3 不同材質的收藏精品娃娃.....	24																		
2.3.4 升值驚人的洋娃娃.....	25	2.4 精緻的品牌娃娃.....	26	2.4.1 時尚塑膠洋娃娃的起源 - 芭比.....	26																		
2.4.2 珍妮.....	28	2.4.3 莉卡.....	30	2.4.4 布萊斯.....	31																		
2.4.5 SD(MSD).....	33	2.4.6 DOD.....	36	2.4.7 其他品牌娃娃.....	37																		
2.5 如何玩娃娃.....	39	2.6 泰山鄉娃娃產業.....	39	2.6.1 娃娃文化產業背景.....	40																		
2.6.2 美寧公司的興衰.....	41	2.6.3 娃娃產業推廣內容.....	41	2.7 小結.....	43																		
第三章 研究方法	3.1 研究架構.....	44	3.2 研究對象.....	46	3.3 問卷調查.....	47																	
3.3.1 問卷調查方式.....	47	3.3.2 問卷設計內容.....	54	3.4 個別訪談.....	55																		
第四章 問卷結果與分析	4.1 問卷結果.....	56	4.2 圖片編號結果分析	4.2.1 編號 1.....	4.2.2 編號 2.....	4.2.3 編號 3.....	4.2.4 編號 4.....	4.2.5 編號 5.....	4.2.6 編號 6.....	4.2.7 編號 7.....	4.2.8 編號 8.....	4.2.9 編號 9.....	4.2.10 編號 10.....	4.2.11 編號 11.....	4.2.12 編號 12.....	4.2.13 編號 13.....	4.2.14 編號 14.....	4.2.15 編號 15.....	4.2.16 編號 16.....	4.2.17 編號 17.....	4.2.18 編號 18.....	4.3 形容詞分析.....	238
第五章 結論	5.1 結論.....	292	5.2 建議.....	295	參考資料.....	296	附錄一 問卷.....	297	附錄二 文本 (形容詞) 次數表.....	302													

## REFERENCES

- 一、中文部分 1. 楊維謙, 2003, 玩具產業在廣東投資的經營策略 - 以甲公司為例, 國立中山大學高階經營碩士班論文。 2. 李英豪, 1996, 古董玩具, 藝術圖書公司。 3. 倪寶誠, 2003, 民俗玩具, 貓頭鷹。 4. 施長安, 2005, 娃娃國, 麥浩斯資訊股份有限公司。 5.

鍾俐娟，1992，玩具產業調查，工業技術研究院工業材料研究所。6. 羅德M.G. / 閻蕙群 譯，2005，解讀芭比娃娃:芭比對女性自我行塑的影響，智庫股份有限公司。7. 蕭學仁，2004，妹妹揹著洋娃娃，上旗文化事業股份有限公司。8. 徐月珠 譯，bean ' s玩具生活情報，三采文化。9. 黃鎮隆，玩具酷報期刊，尖端。二、網路部分 1. 台灣區玩具工業同業公會 <http://www.toys-mall.com.tw/> 2. 玩具研發中心 <http://www.ttrd.org.tw/> 3. 泰山鄉娃娃產業文化館 <http://www.taishandoll.tpc.gov.tw/index.asp> 4. Yahoo!奇摩拍賣 <http://tw.bid.yahoo.com/> 5. 露天拍賣 <http://www.ruten.com.tw/>